

TINGKAT PENGETAHUAN ANAK  
TENTANG IKLAN LIFEBOUY DI MEDIA TELEVISI  
(Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Anak SD Surabaya Tentang Isi Pesan  
Iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil Versi “Dik Doank” di Media Televisi)

SKRIPSI



Oleh:

SITI MUKARROMAH  
0743010122

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UPN VETERAN JATIM

2012

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena karuniaNya, sehingga penulis bisa menyusun skripsi dengan judul “TINGKAT PENGETAHUAN ANAK TENTANG IKLAN LIFEBOUY DI MEDIA TELEVISI (Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Anak SD Surabaya Tentang Isi Pesan Iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil Versi “Dik Doank” di Media Televisi)” dapat terselesaikan dengan baik.

Selama penyusunan skripsi, tak lupa penulis menyampaikan ucapan terima kasih pada pihak-pihak yang telah membantu, diantaranya :

1. Allah SWT, karena karunia kesehatan baik secara fisik dan mental yang diberikanNya.
2. Ibu Dra.Ec.Hj.Suparwati, M.si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Juwito, S.Sos., M.si selaku Ketua Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Drs. Kusnarto, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Orang tua penulis yang memberikan dorongan semangat bagi penulis baik secara moril dan materiil.
6. Suami tercinta, ayah si kecil “Prie\_Ndut” yang luar biasa sabar dan memberi semangat selalu.
7. Buah hatiku “Muhammad Kiromi Al Baroroh” yang memberi semangat selalu.
8. Semua saudara – saudara penulis meskipun jauh tapi dekat dihati, yang selalu menumbuhkan semangat-semangat baru dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

9. Teman-teman angkatan 2007 yang telah membantu, memberi semangat guna kelancaran proses penyusunan dan memberikan masukan kepada penulis selama menyusun skripsi.
10. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu-satu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya teman-teman di Jurusan Ilmu Komunikasi. Terima kasih.

Surabaya, Juli 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAKSI .....	xiii
 BAB I       PENDAHULUAN	
1.1   Latar Belakang Masalah .....	1
1.2   Perumusan Masalah .....	7
1.3   Tujuan Penelitian .....	7
1.4   Manfaat Penelitian .....	8
 BAB II       KAJIAN PUSTAKA	
2.1   Landasan Teori .....	9
2.1.1   Televisi sebagai media komunikasi massa.....	9
2.1.2   Periklanan .....	10
2.1.2.1   Pengertian Iklan .....	13
2.1.2.2   Unsur-Unsur Iklan di Televisi.....	16
2.1.3   Jenis-Jenis Iklan .....	19

	2.1.4. Tingkat Pengetahuan .....	20
	2.1.5 Anak-Anak sebagai Khalayak.....	21
	2.1.6 Isi Pesan Iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil Versi "Dik Doank".....	22
	2.1.7 Teori S-O-R.....	24
	2.2 Kerangka Berpikir.....	28
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	3.1 Metode Penelitian .....	30
	3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
	3.2.1 Definisi Operasional.....	30
	3.2.2 Pengukuran Variabel.....	31
	3.3 Populasi, Sample dan Teknik Penarikan Sampel.....	33
	3.3.1 Populasi.....	33
	3.3.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	34
	3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	35
	3.5 Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
	4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	37
	4.1.1 Gambaran Umum Kota Surabaya.....	37
	4.1.2 Gambaran Umum Perusahaan .....	40
	4.2 Penyajian dan Analisis Data .....	43
	4.2.1 Identitas Responden .....	43

4.2.2	Penggunaan Media dalam Menonton Iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil versi “Dik Doank” .....	47
4.2.3	Pengetahuan Anak SD Surabaya Tentang Isi Pesan Iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil Versi “Dik Doank” di Media Televisi.....	49
4.3	Tingkat Pengetahuan Anak SD Surabaya Tentang Isi Pesan Iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil Versi “Dik Doank” di Media Televisi.....	61
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan .....	65
5.2.	Saran .....	65
	DAFTAR PUSTAKA.....	67
	LAMPIRAN	

## ABSTRAKSI

SITI MUKARROMAH, TINGKAT PENGETAHUAN ANAK TENTANG IKLAN LIFEBUOY DI MEDIA TELEVISI (Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Anak SD Surabaya Tentang Isi Pesan Iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil Versi “Dik Doank” di Media Televisi)

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan anak SD Surabaya tentang isi pesan iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil versi “Dik Doank” di Media Televisi. Penelitian ini didasarkan atas informasi dari dinas kesehatan Surabaya bahwa dari 10 penyakit terbanyak yang diderita masyarakat, penyakit diare menempati peringkat ketiga. Dan yang paling banyak terserang diare adalah anak-anak setingkat SD. Sehingga peneliti ingin mengetahui tingkat pengetahuan anak SD Surabaya terhadap kesehatan tubuhnya. Selain itu hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Swadaya Masyarakat Spektra yang dilakukan terhadap 550 siswa yang tinggal di 11 kabupaten di provinsi Jawa Timur yaitu bahwa dengan membiasakan melakukan cuci tangan pakai sabun terutama saat sebelum makan ternyata dapat menurunkan angka absensi siswa sekolah akibat terkena penyakit diare hingga 11%.

Dengan menggunakan teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus-Organisme-Response. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner dan data sekunder yang digunakan sebagai data penunjang untuk melakukan analisis. Sedangkan sampel dari penelitian ini adalah anak SD Surabaya yang menonton iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil versi “Dik Doank” di media televisi yang berjumlah 100 responden. Penarikan sampel menggunakan teknik simple random sampling.

Hasil dari penelitian ini ternyata tingkat pengetahuan anak SD Surabaya tentang isi pesan iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil versi “Dik Doank” adalah tinggi. Akan tetapi kenyataannya informasi dari dinas kesehatan menunjukkan bahwa banyak anak-anak yang terserang diare.

Kata Kunci : Tingkat Pengetahuan, Anak SD Surabaya, Iklan Televisi, Iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil Versi “Dik Doank”

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi meningkatkan arus informasi dan telekomunikasi serta meningkatnya pengetahuan dan tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya sebuah informasi. Perkembangan yang sangat pesat ini juga merambah pada perkembangan media massa. Oleh karena adanya perkembangan media massa tersebut, maka banyak sekali masyarakat yang menggunakan media massa sebagai media penyampai pesan atau informasi ke masyarakat luas.

Fungsi media massa menurut Harold Laswell berfungsi sebagai korelasi diantara bagian-bagian masyarakat dalam menanggapi lingkungannya (kontrol sosial), dan sebagai pewarisan nilai-nilai sosial dari generasi ke generasi. (Winarso, 2005:5)

Media massa bertujuan untuk menyampaikan informasi dengan benar secara efektif dan efisien. Pada praktiknya, apa yang disebut sebagai kebenaran ini sangat ditentukan oleh jalinan berbagai kepentingan. Akan tetapi diatas semua itu, yang paling utama adalah survival media itu sendiri, baik dalam pengertian bisnis maupun politik. (Sobur, 2004:114)



Salah satu cara penyampaian pesan efektif dan efisien adalah dengan menggunakan iklan. Iklan juga dapat menjadi sebuah informasi yang sangat dibutuhkan bagi khalayak untuk mengetahui produk atau jasa apa saja yang dapat memenuhi kebutuhan dalam keseharian semua manusia.

Iklan adalah berita pesanan (untuk mendorong, membujuk) kepada khalayak ramai tentang benda dan jasa yang ditawarkan. Atau juga dapat bermakna sebagai pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual dipasang di dalam media massa, seperti surat kabar dan majalah. Iklan adalah penyampaian pesan untuk mempersuasi khalayak sasaran tertentu (Kasiyan, 2008:18). Dan iklan juga merupakan pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat melalui media, baik media cetak maupun media elektronik. Iklan dapat dilihat sebagai salah satu bentuk budaya massa yang saat ini keberadaannya begitu marak dikalangan masyarakat.

Berdasarkan tujuannya, iklan dibagi menjadi dua yaitu iklan komersial dan iklan layanan masyarakat. Iklan komersial sering disebut pula dengan iklan bisnis. Sebagaimana namanya, iklan komersial atau iklan bisnis bertujuan mendapatkan keuntungan ekonomi, utamanya peningkatan penjualan. Produk yang ditawarkan dalam iklan ini sangat beragam, baik barang, jasa, ide, keanggotaan organisasi, dan lain-lain. Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau mendidik khalayak yang tujuan akhirnya bukan untuk

memperoleh keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial (Rendra, 2007:102-104).

Iklan sendiri hampir setiap hari selalu mewarnai kehidupan manusia. Di televisi, surat kabar, radio dan hampir di setiap sudut jalan hampir tidak bisa menghindar dari iklan. Iklan memang sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Dalam survei yang dilakukan oleh harian Kompas di sepuluh kota di Indonesia, tercatat tidak kurang dari 70% responden yang mengaku suka menirukan narasi, jingle atau lagu, gerakan hingga meniru sosok yang menjadi pemeran dalam iklan tersebut (Noviani, 2002:1). Iklan biasanya ditayangkan di koran dan televisi.

Televisi menyajikan berbagai macam informasi. Informasi tidak mengalir secara harfiah. Kenyataannya, informasi sendiri tidak bergerak, yang sesungguhnya terlihat adalah penyampaian suatu pesan, interpretasi penyampaian dan penciptaan penyampaian pesan itu sendiri.

Sebagaimana diketahui, manusia bersifat ingin mengetahui dan mengenal segala sesuatu yang ingin diketahuinya melalui proses berpikir. Tingkat pengetahuan adalah suatu konsep yang merupakan salah satu akibat dari perubahan yang terjadi, yang diklarifikasi ke dalam efek kognitif. Dari efek itulah telah terjadi perubahan pada apa yang ia ketahui, dipahami atau dipersepsi oleh khalayak serta juga terkait dengan petransferan pengetahuan (Rakhmat, 2001:67).

Informasi merupakan faktor paling penting dalam proses mendapat pengetahuan. Pentingnya informasi itu dijelaskan oleh Tofler (dalam Harmoko, 2006), bahwa informasi dapat merupakan salah satu pengetahuan terpenting dalam masyarakat. Informasi dapat menyajikan fakta, mengembangkan perasaan, membentuk dan menentukan arah dan dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Dengan demikian pengetahuan dapat mempengaruhi sikap individu terhadap suatu obyek dan faktor penting dalam kehidupan individu. Untuk mengerti, memahami sebuah informasi atau pengetahuan di pengaruhi oleh tingkat pendidikan individu tersebut.

Informasi yang ada di dalam isi pesan iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil versi “Dik Doank” di media televisi dijelaskan tentang cara sederhana bagaimana Lifebuoy mengajak anak SD Surabaya untuk peduli dalam hal menjaga kesehatan tubuhnya pada saat mandi dengan sabun, mencuci tangan sebelum sarapan, mencuci tangan sebelum makan siang, mencuci tangan sebelum makan malam dan mencuci tangan setelah buang air . Iklan tersebut menggambarkan anak-anak SD yang tengah berada di sekolah bersama artis Dik Doank menyanyikan bersama tentang jingle 5 (lima) resep dokter kecil lifebuoy dengan riang gembira sambil memperagakan bagaimana dan kapan saja menerapkan 5 (lima) resep dokter kecil lifebuoy dengan baik.

Isi pesan iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil versi “Dik Doank” diantaranya yaitu :

1. Memakai sabun pada saat mandi.

2. Mengajak cuci tangan sebelum sarapan.
3. Mengajak cuci tangan sebelum makan siang.
4. Mengajak cuci tangan sebelum makan malam.
5. Mengajak cuci tangan setelah buang air.

Dipilihnya kota Surabaya sebagai obyek penelitian disebabkan karena isi pesan iklan lifebuoy 5 resep dokter kecil versi “Dik Doank” sama dengan program pemerintah yang sesuai dengan tagline kota Surabaya yaitu “Green And Clean”. Selain itu, kota Surabaya sebagai kota metropolitan masih mempunyai masalah dengan kesehatan masyarakatnya. Dari dinas kesehatan Surabaya, peneliti mendapatkan data bahwa data terakhir yang diperoleh dinas kesehatan menjelaskan bahwa dari 10 penyakit terbanyak yang diderita oleh masyarakat Surabaya, yaitu :

1. Rongga Mulut,
2. Gangguan Pernafasan,
3. Diare,
4. Infeksi pada usus,
5. Sistem otot dan jaringan pengikat,
6. Kelainan kulit dan jaringan sub kutan,
7. Penyakit tekanan darah tinggi,

8. Penyakit mata dan aneksia,
9. Penyakit endokrin dan metabolik,
10. Penyakit virus.

(Sumber : sistem informasi kesehatan (SIK) DKK Surabaya)

Dari daftar penyakit diatas, penyakit diare merupakan penyakit nomor 3 (tiga) yang paling banyak diderita masyarakat Surabaya. Penyakit tersebut paling banyak diderita oleh anak-anak usia sekolah dasar. Penyakit diare merupakan penyakit yang paling berbahaya terutama bagi anak-anak (<http://www.surabaya.ehealth.org/index.php?id=81>). Selain itu hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Swadaya Masyarakat Spektra yang dilakukan terhadap 550 siswa yang tinggal di 11 kabupaten di provinsi Jawa Timur yaitu bahwa dengan membiasakan melakukan cuci tangan pakai sabun terutama saat sebelum makan ternyata dapat menurunkan angka absensi siswa sekolah akibat terkena penyakit diare hingga 11%. ([www.lifebuoy.com](http://www.lifebuoy.com))

Berdasarkan hal tersebut maka penulis ingin meneliti tingkat pengetahuan anak SD Surabaya tentang isi pesan iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil versi “Dik Doank”.

Pada penelitian ini yang menjadi responden adalah anak SD kelas 4,5 dan 6 Surabaya yang melihat iklan lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil versi “Dik Doank” di media televisi. Karena anak SD kelas 4, 5 dan 6 sudah bisa berfikir dengan baik dari pada kelas 1, 2 dan 3. Juga berdasarkan informasi dari dinas

kesehatan yang menjelaskan bahwa anak SD yang paling banyak menderita penyakit diare tersebut. Dan khalayak yang dituju oleh iklan sabun Lifebuoy sendiri merupakan anak SD.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan suatu studi deskriptif dengan judul “Tingkat Pengetahuan Anak Tentang Iklan Lifebuoy di Media Televisi (Studi Deskriptif Tingkat Pengetahuan Anak SD Surabaya Tentang Isi Pesan Iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil Versi “Dik Doank” di Media Televisi).”

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

“Bagaimana tingkat pengetahuan anak SD Surabaya tentang isi pesan iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil versi “Dik Doank” di media televisi?”

## 1.3 Tujuan penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pengetahuan anak SD Surabaya tentang isi pesan iklan Lifebuoy 5 Resep Dokter Kecil versi “Dik Doank” di media televisi.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

##### 1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan pengetahuan mengenai kepedulian terhadap kesehatan tubuh dengan menerapkan cara sederhana yaitu mencuci tangan pakai sabun secara rutin setiap kali saat mandi, sebelum sarapan, sebelum makan siang, sebelum makan malam dan setelah buang air.

##### 2. Kegunaan praktis

Untuk memberikan masukan kepada praktisi periklanan khususnya kreator iklan dalam kaitannya dalam penciptaan konsep-konsep iklan yang akan diluncurkan di masyarakat dan juga memberikan wacana kepada masyarakat agar bisa mencermati dengan baik iklan-iklan yang disajikan kepada masyarakat di berbagai media.